تسويق الكتاب العربي: الصعوبات والتصورات

إعــداد

دكتور/ سليمان بن صالح العقلا

عميد شؤون المكتبات

جامعة الملك سعود-الرياض

محرم 1424هـ

مـقـدمـة

لا شك أن الحديث عن الكتاب حديث مهم، كيف لا، والكتاب وعاء الثقافة الرصينة والفكر المستقر، وهوخزانة المعارف الإنسانية، ومستودع التجارب البشرية المتراكمة، يحفظها السلف للخلف كي ينطلق الخلف منها ويبني عليها.

إن صناعة وتسويق الكتاب في الدول المتقدمة تحقق دخلاً كبيراً يفوق بعض الأحيان دخل العديد من الصناعات الأخرى، بينما نجدها -مازالت– في بعض الدول النامية تحتل موقعاً هامشياً على الخريطة الاقتصادية، وذلك نتيجة لبعض الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة في هذه الدول والتي منها كثير من الدول العربية.

وفي الآونة الأخيرة خطى الكتاب العربي بصفة عامة خطوات مهمة بالعناية به تأليفاً ونشراً في العديد من كبريات دور النشر العربية، إلا أنه لا يزال يعاني من بعض المعوقات التي تعوق تسويقه سواءً داخل الدول العربية نفسها أو خارجها. ومما يلفت النظر ويستحق التوقف عنده كثيرًا ذلك الرقم المنخفض لعدد الكتب التي تطبع من كل عنوان جديد، حيث ذكر لنا بعض أصحاب دور النشر العربية أنهم يطبعون من 1000 إلى 2000 نسخة من كل عنوان وبالكاد يتم تصريفها. وعند مقارنة هذا الرقم المتدني مع ما يطبع في الدول المتقدمة يظهر لنا الفارق الكبير جدًا، فبماذا يعزى هذا؟

وحيث أن الكتاب العربي في الوقت الحالي بالذات بحاجة ماسة إلى الدعم المستمر من أطراف عديدة لكي يكون في متناول الجميع فإننا في هذه الدراسة سوف نلقي الضوء على موضوع تسويق الكتاب العربي: الصعوبات والتصورات.

وتهدف هذه المحاضرة بصفة عامة إلي خدمة ودعم الكتاب العربي وذلك بمحاولة التعرف على بعض الأساليب العلمية المتطورة التي تساعد على تسويق الكتاب بالقدر المناسب الذي يتلاءم وعدد السكان في الوطن العربي. ومن المؤكد بأنه كلما ازدادت أعداد النسخ الموزعة من كل كتاب فإن هذا ينعكس بالطبع إيجابًا على مسيرة التنمية في الوطن العربي، ويرفع بالتالي من مستوى الفرد العلمي والثقافي والمعرفي. وحول موضوع تسويق الكتاب العربي تتلخص القضايا التي سيتم مناقشتها في هذه المحاضرة بالتالي:

أ-التعريف بالكتاب، ونشره، ومفهوم التسويق، والتوزيع، والمستهدفين للكتاب.
ب-التعرف على الواقع الحالي لتسويق الكتاب العربي.
ت-التعرف على معوقات تسويق الكتاب العربي.
ث-التعرف على الأساليب العلمية الحديثة لتسويق الكتاب العربي.

وقد اعتمد الباحث في سبيل جمع مادة هذه المحاضرة على عدد من المصادر هي:

1-الكتابات المنشورة وغير المنشورة التي كتبت حول الموضوع بطريقة مباشرة أو غير مباشرة (أنظر المراجع).

2-المقابلات التي أجراها الباحث مع عدد من أصحاب دور النشر على مستوى الوطن العربي.

3-الخبرات العملية التي اكتسبها الباحث في مجال تسويق الكتاب وتوزيعه عن طريق: أ- إشرافه على إدارة رسمية تعنى بتسويق الكتاب العلمي وتوزيعه وهي عمادة شؤون المكتبات بجامعة الملك سعود بالرياض، ب-إشرافه على معرض الرياض الدولي للكتاب الذي تنظمه جامعة الملك سعود.

أولاً-التعريف بالكتاب وتسويقه

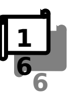
1/1-ما هو الكتاب؟

-مدلول الكتاب ينصرف إلى العلم والمعرفة والفكر المدون بالكتابة.

-الكتاب "مطبوع غير دوري لا تقل عدد صفحاته عن 49 صفحة عدا الغلاف وصفحة العنوان".

-الكتاب "قسم من الأعمال الأدبية يصدر بصورة منفصلة وله مواصفات مادية ومستقلة، وقد يكون ترقيم صفحاته متصلا مع مجلدات أخرى".

يحتوى الكتاب على العناصر الأساسية الآتية:



1- أوائل الكتاب:
2- متن (أو نص) الكتاب:
3- اللواحق:
4- الصفحات المضافة:
5- الغلاف الخارجي:

2/1-نشر الكتاب

-النشر هو عبارة عن مجموعة من العمليات التي تؤدي إلى إخراج الكتاب من حالة كونه مخطوطًا إلى أي شكل من أشكال الإخراج الذي يتيح الإفادة منه وتسويقه علميًا وتجاريًا.

3/1- مفهوم التسويق

-يعنى تسويق الكتاب بمفهومه العلمي الحديث جميع الأنشطة التجارية (الفنية والتقنية والإدارية) المتعلقة بتوصيل الكتاب من الناشر إلى القارئ.

-تعرف التكلفة التسويقية بأنها جميع ما ينفقه الناشر على أوجه نشر الكتاب من إعلان وتخزين ونقل وخصم ... وغيرها.

-يتأثر تسويق الكتاب العربي – بصفة عامة – بالعديد من الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والقانونية التي تعوق حركته، وبالتالي تؤثر على حجم الإنتاج الفكري وتحد من انتشاره. فمثلاً الكثافة السكانية في المنطقة، ومستوى دخل الفرد، ومستواه التعليمي والوظيفي، وفئته العمرية، ونوع الجنس كلها من العوامل التي تؤثر في تسويق الكتاب.

4/1-توزيع الكتاب العربي

-يعتبر التوزيع عنصراً هاماً داخل استراتيجية التسويق.

-طرق التوزيع هي:

أ-التوزيع المباشر: وهو انتقال الكتاب مباشرة من الناشر إلى القارئ من خلال إحدى الطرق التالية:

- نقاط البيع المباشر مثل المكتبات التجارية غيرها من أماكن البيع.
- المعارض المحلية والدولية.
- مندوب المبيعات.
- البيع بالبريد.
- البيع عن طريق الإنترنت.



ب-التوزيع غير المباشر: يتم من خلال الاتفاق مع إحدى شركات أو مؤسسات التوزيع (والتي تعتبر بمثابة تاجر جملة)

-من الملاحظ أن عدد شركات التوزيع غير المباشر التي تعمل بكفاءة في السوق العربية محدودة ولا يتناسب مع حجم الإنتاج العربي من الكتب.

5/1-المستهدفون للكتاب العربي

-القارئ كفرد هو الهدف الرئيس للنشاط التسويقي والتوزيعي للكتاب.

-تتنوع فئات المجتمع المستهدفة من الكتاب:

(أطفال، شباب، راشدين، كبار وعجائز) (ذكر، أنثى)

(مستوى الفرد التعليمي، ومستواه الوظيفي، ومستواه المعيشي ... ألخ).

-لماذا نقرأ؟ إما:

-للدراسة والبحث وإعداد المذكرات والتقارير، أو

-للاطلاع والثقافة والتسلية، أو

-للتعليم والتدريب كمنهج أو مرجع علمي، أو

-لاتخاذ قرار معين أو إجابة على سؤال أو استفسار محدد.

-أنواع القراء في العالم العربي ثلاثة أقسام كالتالي:

1-القارئ ذو الدخل المرتفع:

2-القارئ ذو الدخل المتوسط:

3-القارئ ذو الدخل المحدود:

-تعتبر المؤسسات كالمكتبات بأنواعها المختلفة والجامعات والمدارس والمعاهد والوزارات والهيئات الأخرى من الجهات المستهدفة لتسويق وتوزيع الكتاب العربي.

-يلاحظ أنه في السنوات الأخيرة قامت أغلب المؤسسات في الدول العربية خاصة في الجامعات والوزارات والمكتبات



بتقليص الاعتمادات المختلفة بشراء الكتب نظراً لبعض الظروف الاقتصادية.

ثانيًا-الواقع الحالي لتسويق الكتاب العربي

1/2-إنتاج الكتاب

-ترتيب القارات وفق حجم الكتب التي تصدرها على النحو التالي:

-أوروبا وتـصــدر (53%) من مجموع الإنتاج العالمي من الكتب.
-آسـيـا وتـصــدر (22%) من ~ ~ ~ ~ ~.
-أمريكا الشمالية وتصدر (12%) من ~ ~ ~ ~ ~.
-أمريكا الجنوبية وتصدر (8%) من ~ ~ ~ ~ ~.
-أستـراليـا وتـصدر (2.5%) من ~ ~ ~ ~ ~.
-أفـريقـيا وتـصـدر (2.5%) من ~ ~ ~ ~ ~.

-في الوطن العربي الذي له لغة مشتركة تفسح المجال للتوزيع على نطاق واسع والذي يشكل عدد سكانه 4% من سكان العالم تقريباً، فإن إنتاجه من الكتب لا يبلغ سوى 15.000عنوان سنوياً وهذا الإنتاج لا يمثل سوى 2.5% من النتاج السنوي العالمي.
-إحصاءات اليونسكو لعام 1992م تشير إلى أن نسبة إنتاج الوطن العربي من الكتاب يشكل 0.8% من الإنتاج العالمي، ومعدل الكتب لكل ألف شخص في الوطن العربي 29 كتاباً بينما المعدل العالمي 159كتاباً لكل ألف شخص، أما أعداد الكتب المطبوعة في الوطن العربي فهي 6400كتاب بينما الإنتاج العالمي 842.000 كتاب.



-هناك صعوبة لتحديد الموقف من تجارة الكتاب في الوطن العربي، وذلك لنقص الإحصاءات أو عدم دقة ما هو متوفر منها ومن ثم فإن سعي جميع الدول العربية إلى توفير المعلومات الخاصة بهذا الموضوع أمر ذو أهمية قصوى.

-عدد دور النشر والطباعة في مصر حوالي 1700 طبقاً لإحصاءات قسم الإيداع القانوني بدار الكتب المصرية عام 1987م.

-عدد دور النشر في المملكة العربية السعودية 417 ناشراً منها 267 دار نشر تجارية، 150 دار نشر للوزارات والجامعات والهيئات والمؤسسات العامة.

-من الملفت للنظر أن عدد العناوين السنوية التي تنشرها دور النشر في الوطن العربي قليل جدًا، بل إن بعض دور النشر يمر العام والعامان ولم تنشر كتابًا واحدًا.

2/2-الاتجاهات الموضوعية للنشر

-على النحو التالي:

البيان	عدد الكتب	النسبة
الديانات	**993 كتاب**	**54.23 %**
الآداب	**207 كتاب**	**11.30 %**
الجغرافيا والتراجم والتاريخ	**181 كتاب**	**9.88%**
العلوم الاجتماعية	**149 كتاب**	**8.13%**
العلوم التطبيقية	**113 كتاب**	**6.17%**
المعارف العامة	**57 كتاب**	**3.11%**
اللغات	**50 كتاب**	**2.73%**
الفلسفة	**45 كتاب**	**2.45%**
العلوم البحتة	**25 كتاب**	**1.36%**
الفنون	**12 كتاب**	**0.60%**
المجموع	**1831 كتاب**	**99.96 %**

ثالثًا-المعوقات التي تواجه تسويق الكتاب العربي

1– ارتفاع نسبة الأمية في الوطن العربي
2– النظام التعليمي المتبع المعتمد على التلقين والحفظ
3– تزوير الكتب في بعض الأسواق العربية وضياع حقوق المؤلف وخسارة الناشر
4-الارتفاع المستمر في أسعار الكتب
وذلك نتيجة:
أ-زيادة الأسعار العالمية للورق
ب-رغبة بعض أصحاب دور النشر في الحصول على عائدات مالية كبيرة من بيع الكتب
ت-التكلفة التي يتطلبها إعداد الكتاب للطباعة والتصميم والإخراج
ث-التكلفة التي يتطلبها الإعلام والإعلان عن الكتاب من إصدار أدلة واستخدام الإنترنت والوسائل الإعلامية
ج-الرسوم والضرائب التي تفرضها بعض الدول على مستلزمات الكتاب

5– ارتفاع مستوى المعيشة وتزايد حاجات الفرد
6– التغيرات السلوكية وانتقالها من المثالية إلى المادية
7– وضع رسوم جمركية على الكتب وقيود الاستيراد والتصدير بين الدول العربية
8- عدم توفر البيانات الببليوجرافية الكاملة والدقيقة
9– قلة الاعتمادات المالية المتوفرة لشراء الكتب بالمؤسسات
10-عجز الناشرين عن التعريف بالإنتاج الفكري العربي
11-قلة عدد شركات التوزيع غير المباشر
12- عدم اهتمام وسائل الإعلام العربي بالكتاب
ويتمثل هذا الإهمال في:
أ – عدم وجود أبواب ثابتة للتعريف بالكتاب في الصحف والمجلات
ب- عدم قيام حلقات وندوات حول ما ينشر من جديد



ت- عدم وجود لقاءات وأحاديث مع المؤلفين للتعريف بما ينشرون من مؤلفاتهم

13- أنظمة الرقابة العربية
14- ارتفاع تكلفة الشحن وعدم وجود خطوط نقل منتظمة
15- عدم وجود اتحادات قوية للناشرين والموزعين
16- ظهور المطبوعات الإلكترونية
17- قصور في الوعي وإدراك أهمية الكتاب ورسالته لدى كثير من المسؤولين في البلدان العربية
18-عدم وجود جهة موحدة ومستقلة تحتوي النشاطات الثقافية وترعاها في كثير من البلدام العربية.

رابعًا-توصيات لتطوير تسويق الكتاب العربي

1/4-توصيات للناشر/الموزع:

أ-الاهتمام بتكامل ودقة عناصر الكتاب الأساسية وترتيبها بطريقة منهجية
ب-زيادة الاهتمام بإخراج الكتاب بطريقة جذابة ومشوقة للقارئ خاصة الكتب الموجهة للأطفال والناشئة
ت-الاهتمام بعنصر التوقيت المناسب لإصدار الكتاب.
ث-حسن اختيار الموضوعات وذلك بالتعاون مع المؤلفين
ج-العمل على ترجمة أشهر المؤلفات العربية إلى اللغات الأجنبية
ح-العمل على تسويق الكتاب العربي بالاشتراك مع الناشرين العالميين
خ- التعاون بين أكثر من دار نشر عربية للاشتراك في إصدار الكتب، وكذلك حث المؤلفين على الإصدارات المشتركة
د- زيادة الاهتمام بنشر كتب الأطفال في جميع الأشكال والأنواع
ذ-عدم المغالات في قيمة الكتاب بل الرضا بالربح المعقول، مع مراعاة مستوى دخل الفرد في كل منطقة، ومراعاة أسعار الكتب الدراسية للطلاب
ر-اختيار الأماكن المناسبة والكافية للتوزيع مع العناية بها من حيث الترتيب والتنظيم والنظافة وسهولة الوصول إليها



ز-الحرص على التواجد المستمر في المناسبات الثقافية لاسيما معارض الكتب الدولية والمحلية

س-الاهتمام بالجانب الإعلامي والإعلاني في تسويق الكتاب

ش-الاستفادة من خدمات الشبكة العالمية إنترنت للتعريف بالكتب الجديدة،

ص-إصدار نشرة دورية متكاملة ودقيقة خاصة بالكتب الجديدة وموافاة المؤسسات والقراء والباحثين بها أولاً بأول

ض-التعاون بين الناشر والموزع في إعداد الدراسات التسويقية للكتاب

ط-زيادة عدد الموزعين مما يُتيح فرصة أكبر للعرض والبيع

ظ-إنشاء نوادي للكتب لتقديم خدمات ثقافية متطورة وتسهيلات جديدة

ع-الاستفادة من التقنيات الحديثة في النشر الإلكتروني الذي يتميز بمميزات عديدة تفوق النشر التقليدي، حيث شاع نشر كثير من الكتب العلمية والثقافية ومن المتوقع أن يزداد هذا الإسلوب في المستقبل القريب

غ-إنشاء إدارة مستقلة أو وحدة خاصة للتسويق تقوم بإعداد الخطط التسويقة ورسم الأهداف والاستراتيجيات ودراسة الجدوى الاقتصادية

2/4-توصيات للمسؤولين في الدول العربية

أ-الاهتمام باستمرار بتطوير العملية التعليمية التي تساعد الطالب على تنمية عادة القراءة والتردد على المكتبة والبحث والاطلاع

ب-العمل على محو الأمية بين الموطنين، وكذلك محو أمية الحاسب الآلي والإنترنت

ت- إقامة المكتبات بجميع أنواعها وتزويدها بالكتب الجديدة والهادفة والمتنوعة

ث-تشجيع حركة التأليف والترجمة بإعفاء المؤلفين والمترجمين من جميع أنواع الضرائب، وإعداد حوافز لهم، وتخصيص جوائز سنوية مناسبة لها، وإشراك دور النشر في المهرجانات الثقافية

ج-مواجهة مشكلة تزوير الكتب بحزم ووضع القوانين المناسبة لها، والعمل على تطبيقها بدقة على المخالفين حتى يمكن القضاء على هذه الظاهرة

ح-تخفيض تكلفة الإعلانات عن الكتب سواءً في الصحف أو المجلات أو في وسائل الإعلام الأخرى

خ-إعفاء مستلزمات إنتاج الكتب والمطبوعات بأنواعها المختلفة من كافة الضرائب والرسوم الجمركية

د-تخفيض تكلفة الشحن الجوي أو البحري أو البري

ذ-تسهيل عملية الرقابة والفحص على الكتب بين الدول العربية

ر-تشجيع إنشاء اتحادات للناشرين والموزعين ودعمها

ز- إعداد ببليوجرافيا سنوية بالكتب المنشورة في كل بلد عربي مستوفية لكافة البيانات الفردية للإنتاج الفكري

س-تشجيع إقامة معارض دولية/محلية للكتاب في كل بلد عربي وتسهيل إجراءات تنظيمها

ش-إنشاء جهة موحدة تحتوي النشاطات الثقافية وترعاها وتتبنى برامجها

خاتمة:

-عنوان هذه المحاضرة هو "تسويق الكتاب العربي: الصعوبات والتصورات"، ذلك الكتاب الذي يُعد الأداة الأساسية في نشر المعرفة والثقافة، والذي يبقى عنصرًا أساسيًا في حياة الفرد، وفي تشكيل ثقافته، وتكوين معارفه.

-وقد لاحظنا كيف أن تسويق الكتاب العربي لا يزال في تأخر بسبب العديد من المعوقات التي يشترك فيها كل من الناشر والموزع والدولة.

-لكل هذا فالكتاب العربي بحاجة إلى تكاتف الجهود والوقوف معه ودعمه باستمرار من جانب الناشر/الموزع والدولة معًا كما هو موضح في التوصيات آنفة الذكر.

-وإن تذليل المعوقات وتقديم التسهيلات للكتاب العربي سوف يضمن بإذن الله التقدم والازدهار في حركة تسويقه وتوزيعه.

-وإن توزيع الكتاب على أكبر عدد ممكن من الأفراد والمؤسسات سوف ينعكس إيجابًا على المسيرة التنموية في الوطن العربي.

هذا وبالله التوفيق

أعده/د.سليمان بن صالح العقلا
في محرم 1424هـ

المـراجـع

- دليل الناشرين السعـوديين / مكتبة الملك فهد الوطنية ، ط 3 ، الرياض 1420هـ / 2000م.
- زكي حسين الوردي ومجبل لازم المالكي / مصادر المعلومات وخدمات المستفيدين في المؤسسات المعلوماتية ، عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ، 2002م.
- عبدالعزيز بن محمد الزير/ اتجاهات النشر التجاري للكتب بالمملكة العربية السعودية ، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية ، 1422هـ/2002م.
- علي بن إبراهيم النملة / الوراقة وأشهر أعلام الوراقين: دراسة في النشر القديم ونقل المعلومات، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 1415هـ/1995م.
- عيسى عيسى العسافين / المعلومات وصناعة النشر ، دمشق: دار الفكر ، 1422هـ/2001م.
- كامل محمد المغربي / الأساسيات والمبادئ في الإدارة، الرياض: دار الخريجي للنشر والتوزيع، 1421هـ/2000م.
- لمعى المطيعي / الأسس الاجتماعية للنشر المصري في القرنين التاسع عشر والعشرين ، مجلة الكتاب والنشر ، المجلد الأول ، العدد الأول ، 2002م.
- محمد الأحمد بن الحسن / مشكلات توزيع الكتاب العربي وتسويقه ، عالم الكتب ، المجلد السابع عشر ، العدد الرابع ، 1417هـ / 1996م.
- محمد ماهر حماده / الكتاب العربي مخطوطًا ومطبوعًا: تاريخه وتطوره حتى مطلع القرن العشرين، الرياض: دار العلوم للطباعة والنشر، 1404هـ/ 1984م.



- محمد هاني طلبه / إشكاليات تسويق الكتاب المصري ، مجلة الكتاب والنشر ، العدد الأول ، 2002م.

- المركز العربي للبحوث التربوية لدول الخليج-الكويت/العزوف عن القراءة بين الشباب العربي الخليجي، 1415هـ/1995م.

- موريس أبو السعد ميخائيل / الكتاب: تحريره ونشره ، ط 2 ، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية ، 1418هـ / 1997م.

- يحيى وهيب الجبوري / الكتاب في الحضارة الإسلامية، بيروت: دار الغرب الإسلامي، 1998م.